

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling menguntungkan, saling memerlukan, mempercayai, dan memperkuat yang melibatkan pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan Usaha Besar.<sup>1</sup>

Menurut Nonoatmodjo (2003), kemitraan adalah suatu kerja sama formal antara individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi untuk mencapai suatu tugas atau tujuan yang sama.<sup>2</sup>

Kemitraan memiliki 6 jenis atau pola kemitraan, salah satunya ialah waralaba. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.<sup>3</sup>

Adapun ciri khas usaha yang dimaksud adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan dan perbedaan, tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas yang dimaksud. Telah terbukti berhasil yakni terbukti sudah memberikan keuntungan menunjuk

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 ayat 13

<sup>2</sup> Nonoatmodjo, Soekidjo. 2003. Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.

<sup>3</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 1 ayat (1)

pada pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki yang kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.<sup>4</sup>

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 telah diatur secara jelas persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemberi waralaba sebelum bisnisnya ditawarkan kepada pemberi/penerima waralaba. Persyaratan tersebut termuat dalam pasal 7 ayat (1) dan (2) PP Nomor 42 Tahun 2007 yang intinya setiap pemberi waralaba wajib memberikan prokpektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan perjanjian. Dalam prokpektus tersebut paling sedikit memuat tentang identitas pemberi waralaba, legalitas usahanya, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, jumlah tepat usaha, daftar penerima waralaba dan hak - kewajiban kedua pihak. Selanjutnya dalam pasal 10 PP Nomor 42 Tahun 2007 mewajibkan kepada pemberi waralaba untuk mendaftarkan prokpektus tersebut sebelum ditawarkan kepada calon penerima waralaba. Pendaftaran dipersyaratkan melampirkan hal-hal sebagaimana diatur dalam pasal 12 ayat 2.

Contoh di Kota Malang sebagaimana diketahui dari sekian jenis waralaba yang beroperasi di Indonesia termasuk di Malang, tidak memiliki prokpektus yang telah mendapat ijin operasional dari pejabat yang berwenang. Waralaba tersebut sering

---

<sup>4</sup> *Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba* Pasal 3 huruf a dan b

diklasifikasi sebagai waralaba “abal-abal”. Jenis ini umumnya dapat dijumpai pada waralaba makanan. Oleh karena itu perlu dipersyaratkan adanya bukti pendaftaran prokpektus untuk memberikan jaminan keamanan dan keuntungan bagi penerima waralaba.<sup>5</sup>

Hal yang terpenting dari ketentuan diatas adalah adanya jaminan atas usaha yang ditawarkan oleh pemberi waralaba menyangkut tentang ciri khas usahanya, terbukti memberikan keuntungan, adanya standart pelayanan atas barang dan jasa yang dibuat secara tertulis, mudah diaplikasikan, adanya dukungan berkesinambungan dan jaminan atas Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

Oleh karena itu setiap perjanjian waralaba wajib dibuat secara tertulis dengan memperhatikan hokum Indonesia. Dalam perjanjian tersebut, dipersyaratkan klausula paling sedikit memuat identitas para pihak, jenis HAKI, kegiatan usahanya, hak dan kewajiban para pihak, bantuan teknis fasilitas pembimbingan, pelatihan sampai pada pemasaran, wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, tatacara pemberian imbalan, kepemilikan, perubahan kepemilikan dan ahli waris, penyelesaian sengketa dan klausula perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian. Syarat diatas adalah syarat standart yang boleh ditambahkan klausula lain sepanjang telah disepakati oleh para pihak dan tidak bertentangan dengan perundangan yang berlaku.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Wasis. 2015. *Studi Komparasi Tentang Pengaturan Pasar Modern Di Kota Pasuruan Dan Kota Malang Ditinjau Dari Perda Propinsi Jawatimur Nomor 3 Tahun 2008 Tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional Dan Penataan Pasar Moderen Di Propinsi Jawa Timur*. Fakultas Hukum. Universitas Muhammadiyah Malang

<sup>6</sup> *Ibid*

Contoh dalam penelitian terdahulu usaha waralaba komala restaurant, yang dalam penelitiannya mengenai waralaba pihak penerima waralaba tidak memenuhi kewajibannya dengan tidak membayar *royalty fee* dan bunga keterlambatan *royalty fee* kepada pemberi waralaba. Dampak dari hal tersebut ialah kerugian oleh pihak pemberi waralaba, sehingga akibat hukum salah satu pihak wanprestasi, yaitu apabila pihak penerima waralaba tidak membayar *royalty fee* yang menjadi hak pihak pemberi waralaba, maka diwajibkan membayar *royalty fee* yang belum dibayarkan kepada pihak pemberi waralaba/franchisor, bunga keterlambatan sesuai kesepakatan dalam perjanjian dan mengganti rugi semua kerugian yang ditanggung oleh pemberi waralaba.<sup>7</sup>

Dalam prakteknya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba tidak sepenuhnya diterapkan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba usaha Mie Nyonyor, melainkan dilaksanakan secara lisan atau tidak tertulis, dimana para pihak menggunakan asas kepercayaan dalam pelaksanaannya pihak yang satu percaya bahwa pihak yang lain akan memenuhi prestasi di kemudian hari begitupun sebaliknya.

Seharusnya, jika para pihak ingin meminimalisir dampak kerugian dikemudian hari, maka para pihak harus melakukan perjanjian secara tertulis agar tidak ada satupun pihak yang dirugikan.

Dalam perkembangan dunia bisnis, muncul satu bentuk usaha baru yang menyerupai waralaba namun sebenarnya bentuk usaha tersebut tidak dapat

---

<sup>7</sup> Bella Katrinasari.2017. *Wanprestasi Perjanjian Waralaba (Studi di Komala restaurant Solo)*. Hal.90

dikategorikan sebagai bentuk waralaba. Istilah bisnis bentuk usaha tersebut dinamakan *Business Opportunity*, dimana ciri-ciri dari *Business Opportunity* adalah Suatu usaha yang memiliki ciri khas, dan bisnis baru berjalan kurang dari 5 (lima) tahun, sudah memberikan keuntungan kepada mitranya, dan dapat memberikan hak kepada mitranya berupa usaha dengan ciri khas secara lepas. Yang dimaksud lepas adalah disini tidak ada perjanjian tertulis yang mengikat para pihak dan tidak ada royalty fee yang harus dibayarkan. kemudian mendapatkan hak untuk memanfaatkan ciri khasnya saja tanpa adanya bimbingan operasional ataupun bimbingan manajemen.<sup>8</sup>

*Business Opportunity* adalah cikal bakal suatu usaha untuk dapat menjadi waralaba. Umumnya merupakan suatu usaha yang baru berjalan dibawah 3 (tiga) tahun tetapi mempunyai peluang yang sangat menjanjikan bagi para pemilik modal yang berinvestasi didalamnya.<sup>9</sup>

*Business Opportunity*, waralaba, dan kemitraan merupakan peluang bisnis, namun mereka tidak sama. Masing-masing memiliki prinsip dan cara kerja yang berbeda, masing-masing punya kelemahan dan keunggulan. *Business Opportunity* adalah sebuah peluang bisnis yang hanya dengan membeli paket BO sudah mendapatkan paket outlet dan beberapa produk, *Business Opportunity* memiliki potensi dan prospek bisnis yang bisa dikembangkan menjadi usaha unggulan atau

---

<sup>8</sup> Fahmi Muthi, Strategik, Usahawan No. 18. *Waralaba Satu Bentuk Aliansi* 11 Th. XXV November 1996, Hal.18.

<sup>9</sup> Pan, Lindawaty Suherman Sewu. 2009. *Pranata Hukum Waralaba di Uni Eropa dan Amerika dalam Upaya Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam Perjanjian*, Jurnal ilmiah hukum bisnis dan investasi Dialogia Iuridica, Volume 1. hlm. 29

waralaba, namun tidak semua waralaba diawali dengan *Business Opportunity*. Hanya jika ditangani secara tepat dan baik dan juga *Business Opportunity* merupakan usaha lepas yang belum dapat dikatakan sebagai waralaba. Waralaba memiliki pengalaman dalam berbisnis minimal 5 tahun, dan memiliki prinsip saling menguntungkan, transparansi, dan prinsip persamaan.

Berbeda dengan kemitraan, kemitraan artinya adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung atas dasar prinsip saling menguntungkan. Kemitraan bisa dalam berbagai bentuk, bisa dalam bidang produksi, pengelolaan, kerjasama berbagai usaha. Dalam kemitraan harus ada nama, namanya seperti PIR, Subcontracting, KSO (Kerja Sama Operasi) dll.<sup>10</sup>

Penulis menemukan salah satu usaha waralaba yang ternama di daerah Kabupaten Banyuwangi yang bernama Mie Nyonyor. Mie Nyonyor adalah salah satu dari bentuk usaha yang saat ini sangat menguntungkan. Mie Nyonyor telah mendaftarkan merek dagang usahanya yang saat ini telah dipublikasikan namun masih berstatus “pending” dan dimungkinkan akan granted untuk waktu kedepan ini dengan Nomor 35/VIII/A/2017 di Dirjen HKI.<sup>11</sup>

Disini penulis menemukan kejanggalan terhadap bentuk usaha atas Mie Nyonyor tersebut. Terkait dengan perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba mie nyonyor yang dilakukan secara lisan. Dimana seharusnya perjanjian waralaba yang sesuai telah diatur dalam pasal 4 ayat (1)

---

<sup>10</sup>Konsultan Waralaba. <http://konsultanwaralaba.com> Diakses tanggal 10 Mei 2018 Pukul 13:00.

<sup>11</sup> [www.wipo.int/branddb/wipoglobal.en/indekdatabrand.jsp](http://www.wipo.int/branddb/wipoglobal/en/indekdatabrand.jsp). Diakses pada tanggal 5 Agustus 2018 Pukul 08:00

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yakni harus secara tertulis, dimana isi mengenai hak dan kewajiban para pihak haruslah jelas, serta sistem operasional waralaba tersebut. Selain permasalahan tersebut, penulis juga menemukan bahwa kriteria waralaba yang dimiliki Mie Nyonyor tidaklah sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Dengan kedua kejanggalan tersebut, bentuk usaha mie Nyonyor tidak dapat disebut sebagai waralaba tetapi ialah bentuk usaha *Business Opportunity*, sehingga membuat penulis tertarik untuk meneliti tentang “TINJAUAN YURIDIS IMPLEMENTASI PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA TERKAIT BENTUK USAHA MIE NYONYOR (Studi Kasus di Kabupaten Banyuwangi) “

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba terkait bentuk usaha Mie Nyonyor?
2. Bagaimana akibat hukum dari bentuk perjanjian usaha Mie Nyonyor?

## **C. Tujuan Penulisan**

Tujuan Penulisan Hukum ini adalah:

1. Mengetahui pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba terkait bentuk usaha Mie Nyonyor.
2. Mengetahui akibat hokum dari bentuk perjanjian usaha Mie Nyonyor.

## **D. Manfaat / Kegunaan Penelitian Hukum**

### **1. Manfaat Akademis**

Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kalangan akademis maupun praktisi serta masyarakat umum untuk memberikan pengetahuan bagi masyarakat luas mengenai peraturan-peraturan yang telah dibuat sedemikian rupa akan tetapi kurang pelaksanaan dalam realitanya, mulai dari hal-hal seperti pada prakteknya di Mie Nyonyor Kabupaten Banyuwangi.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Penulis, penulisan hukum ini diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum.
- b. Bagi Masyarakat, penulisan hukum ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemahaman dan gambaran terkait waralaba yang sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

## **E. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian Hukum sosiologis empiris, dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, yaitu metode pendekatan yang mengkaji terhadap Pelaksanaan dan keefektifan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba yang terjadi di masyarakat.

### **1. Metode Pendekatan**

Metode yang digunakan adalah yuridis sosiologis, artinya suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan nyata masyarakat atau lingkungan masyarakat



dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta, yang kemudian menuju pada identifikasi dan pada akhirnya menuju kepada penyelesaian masalah.<sup>12</sup>Jadi secara yuridis pemenuhan perjanjian waralaba di wilayah hukum kabupaten banyuwangi dikaitkan dengan Undang-Undang No.42 Tahun 2007 tentang waralaba kemudian secara sosiologis pemenuhan perjanjian waralaba Mie Nyonyor di kabupaten banyuwangi antara Pemberi waralaba dan penerima waralaba dikaitkan ke dalam praktek waralaba pada masyarakat.

## 2. Alasan Pemilihan Lokasi Penelitian

Alasan penulis memilih Mie Nyonyor di Kabupaten Banyuwangi karena lokasi tersebut merupakan usaha waralaba berupa Mie yang pertama di kabupaten banyuwangi dan adanya fakta usaha tersebut tidak dapat dikatakan sebagai waralaba sehingga menimbulkan ketertarikan penulis untuk mencari tahu apakah ia dapat disebut sebagai waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba atau termasuk dalam *business opportunity*.

## 3. Jenis Data yang Digunakan

### a) Data Primer

Data hukum primer diperoleh dari hasil penelitian lapang atau bahan yang diperoleh dari sumbernya secara langsung dari responden<sup>13</sup> mengenai praktek waralaba yang dijalankan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dan juga dokumen-dokumen yang berkaitan dengan perjanjian waralaba Mie Nyonyor.

---

<sup>12</sup> Fakultas Hukum UMM, *Pedoman Penulisan Hukum*, 2016 ,halaman 18

<sup>13</sup> *Ibid.*

## 1. Wawancara

Data yang didapatkan dari pihak penerima waralaba maupun pemberi waralaba dengan memberikan beberapa pertanyaan.

## 2. Dokumentasi

Studi dokumentasi melalui dokumen-dokumen mengenai perjanjian waralaba berupa foto, video, web dll

### b) Data Sekunder

Data hukum sekunder yang penulis gunakan adalah Peraturan Pemerintah nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 57/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba dan KUHPerdata serta buku/ tekstual, artikel ilmiah, jurnal-jurnal, doktrin-doktrin dan sumber-sumber lain baik cetak maupun digital mengenai waralaba.

### c) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

#### 1. Wawancara

Wawancara menurut Back and Champion adalah suatu kegiatan komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan informasi<sup>14</sup> Wawancara dianggap suatu teknis yang paling sosiologis dari semua teknis penelitian social, karena bentuknya adalah interaksi verbal antara peneliti dan

---

<sup>14</sup> Back and Champion. 1999. *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Refika Aditama. Bandung. Hal.306

responden. Penulis mempersiapkan terlebih dahulu pertanyaan sebagai pedoman untuk wawancara bersama pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah:

1. Pemilik Mie Nyonyor Fendra Agoprilla Putra selaku pemberi waralaba
  2. Penerima waralaba Bapak Budi
2. Dokumentasi

Yakni pengumpulan data-data yang dimiliki oleh pihak terkait serta ditambah dengan hasil dokumen baik dalam bentuk tulisan foto, video atau rekaman suara dalam hal berkenaan dengan proses penelitian ini. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber yang didapat dari usaha Mie Nyonyor.

### 3. Studi Kepustakaan

Yakni dengan melakukan penelusuran dan pencarian bahan-bahan kepustakaan dari berbagai literature atau buku-buku, atau studi internet ataupun jurnal mengenai waralaba.

#### d) Teknik Analisa Data

Proses analisis merupakan usaha untuk menentukan jawaban yang akan diperoleh selama melakukan penelitian. Oleh karena itu, analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam melakukan penelitian, karena dalam melakukan penelitian maka data tersebut diharapkan dapat

memecahkan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Arikunto, metode deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penyelesaian masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, melukiskan keadaan subyek, obyek penelitian saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya, yang sehingga dapat memberikan suatu jawaban sebagai dasar untuk memecahkan masalah.<sup>15</sup>



---

<sup>15</sup> Arikunto, Suharsini. 1988. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi IV. Rineka Cipta. Jakarta. Hal. 25